Vol. 5 / Diciembre 2023

SALTA!

Moda y tendencias en cada rincón del mundo.

HARAJUKU! La sede de la ropa urbana.

STYLES: Decora, Visual Kei, Gyaru...

ESPE CIAL: la moda Lolita

HOW TO

SALTA!

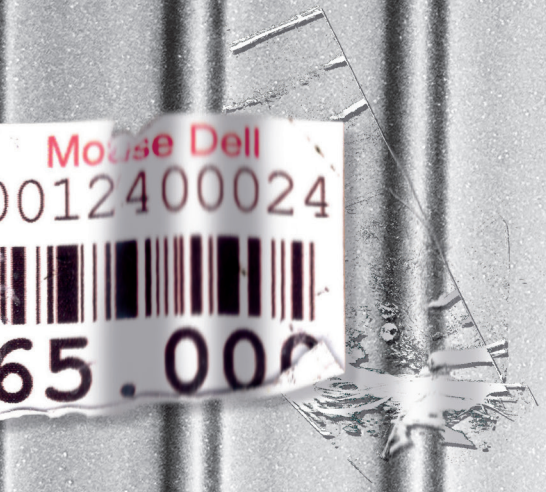
INDICE

Nota de autor: *¿Harajuku?* Páginas 4-5

Historia: *el nacimiento de Harajuku* Páginas 6-15
Harajuku! Páginas 8-11
Siglo 21 Páginas 12-13
Styles Páginas 14-15

Lolita: *especial del mes* Páginas 16-25
Lolita Páginas 18-19
Kawaii Páginas 20-21
Rechazo Páginas 22-23
Substyles Páginas 24-25
¿Reglas? Páginas 26-27
¿Cómo? Páginas 28-29
Inspo Páginas 30-33

Créditos Páginas 34-35



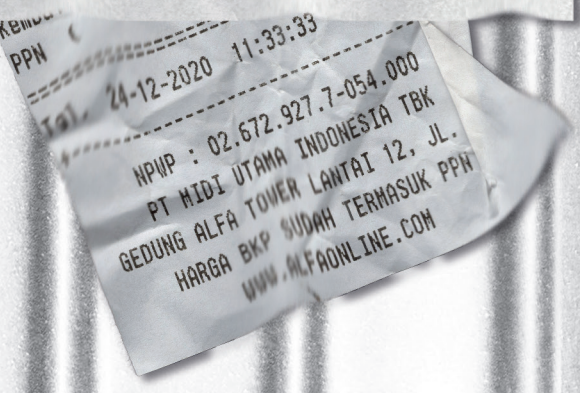
GLOBESCOPE.MEDIA

Málaga, 29010

SALTA! 15.99

"La moda es un arma para sobrevivir a la rutina"
- Bill Cunningham

Total 15.99



— Gumi Arias Fernández

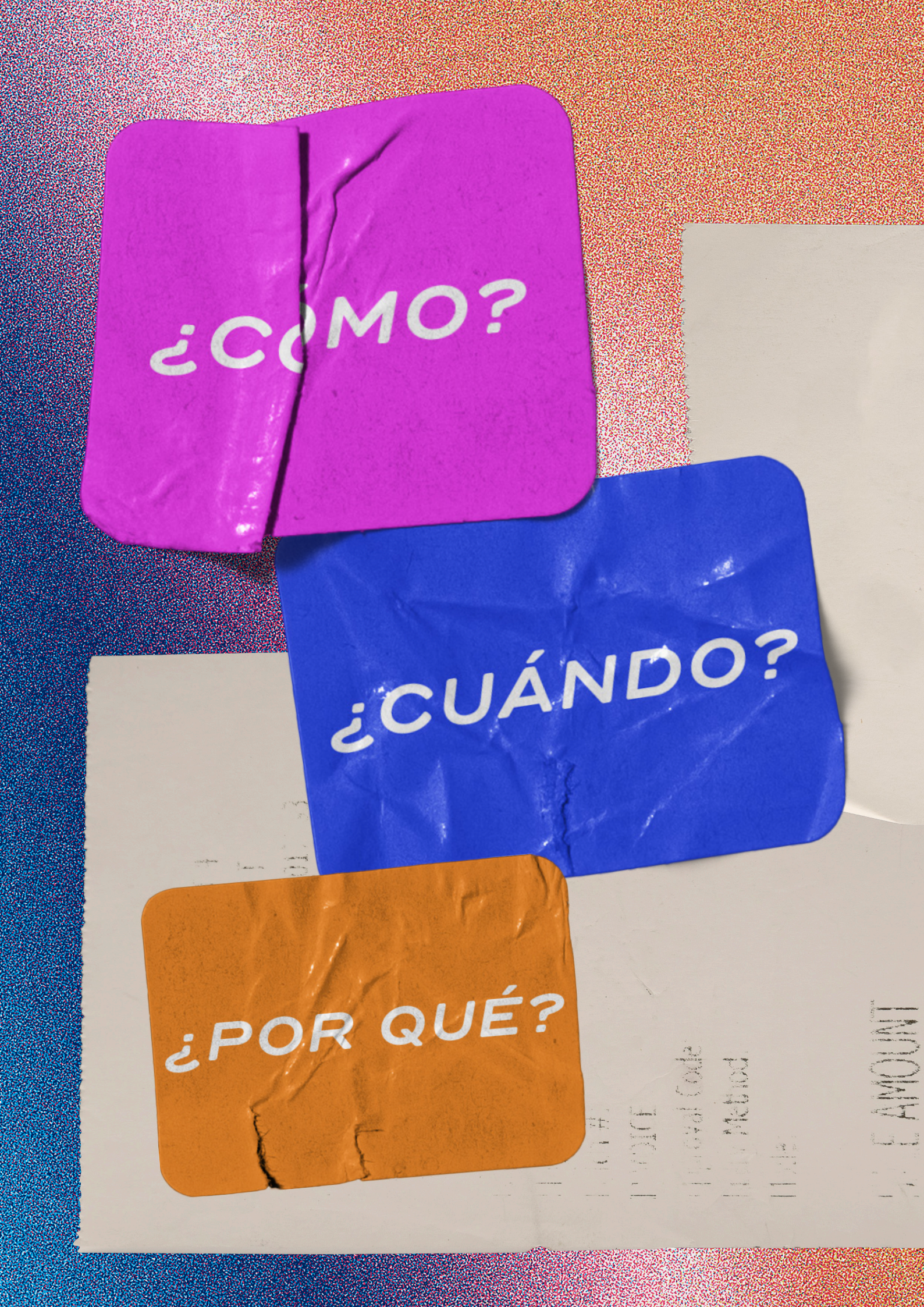
Harajuku, del japonés 原宿 ("alojamiento de la pradera"), es la zona que rodea la Estación de Harajuku en Tokyo, entre la Línea Yamanote y el barrio de Shibuya. Bajo el lema de **vestir de forma libre,** sin seguir las normas establecidas por la conservadora y monótona sociedad japonesa, la moda de Harajuku comenzó a nacer, surgiendo muchas tendencias nuevas en la calle. La moda, **rápida, cambiante y fluida,** se concentra entre cadenas, cremalleras, trajes oscuros y de colores, maquillajes extravagantes y ropa fantasiosa, todos los domingos en las callejuelas del barrio.

La moda aquí es **mucho más que sólo ropa,** es un fenómeno cultural que refleja la **creatividad,** la **identidad** y la **mentalidad** rebelde de múltiples generaciones. Cada esquina es una representación de estilos que desafían las normas establecidas, creando amalgamas de todo tipo, fusionando elementos contrarios y modas diferentes. Los estilos son efímeros, cambiantes y adaptativos, y reflejan los **cambios sociales, políticos** y **culturales** de cada momento. Desde la influencia de la tecnología y los medios audiovisuales hasta la reinterpretación de costumbres locales.

Esta fluidez permite que Harajuku sea un **colectivo de subculturas,** cada una con su estética propia y diferenciable, con una variedad única que permite explorar la construcción de identidades individuales y colectivas. Todo esto además conlleva un evidente **impacto socioeconómico,** los negocios locales, muchas veces creados por las propias personas que participan en estas tendencias, son también moldeados e influenciados a medida que las modas cambian y se transforman. Algunos de estos pequeños comercios, todavía presentes, han ido transformándose en **marcas internacionales** que han impulsado la economía y llamado al turismo internacional.

Por lo mismo, estas influencias no sólo se concentran en una misma zona sino que además **trascienden de sus límites físicos.** Todas estas modas y tendencias influencian a numerosos diseñadores, artistas y marcas de todo el mundo, y la mayoría de las veces sin tener que pisar siquiera el territorio nipón.

Todos estos factores han llevado a que Harajuku sea, desde hace años, un **reflejo profundo de la sociedad,** de su pensamiento y de su creatividad, un fenómeno que continúa desafiando los límites de la moda contemporánea y de la tradición.


¿CÓMO?
¿CUÁNDO?
¿POR QUÉ?

Historia

el nacimiento de Harajuku

Harajuku!

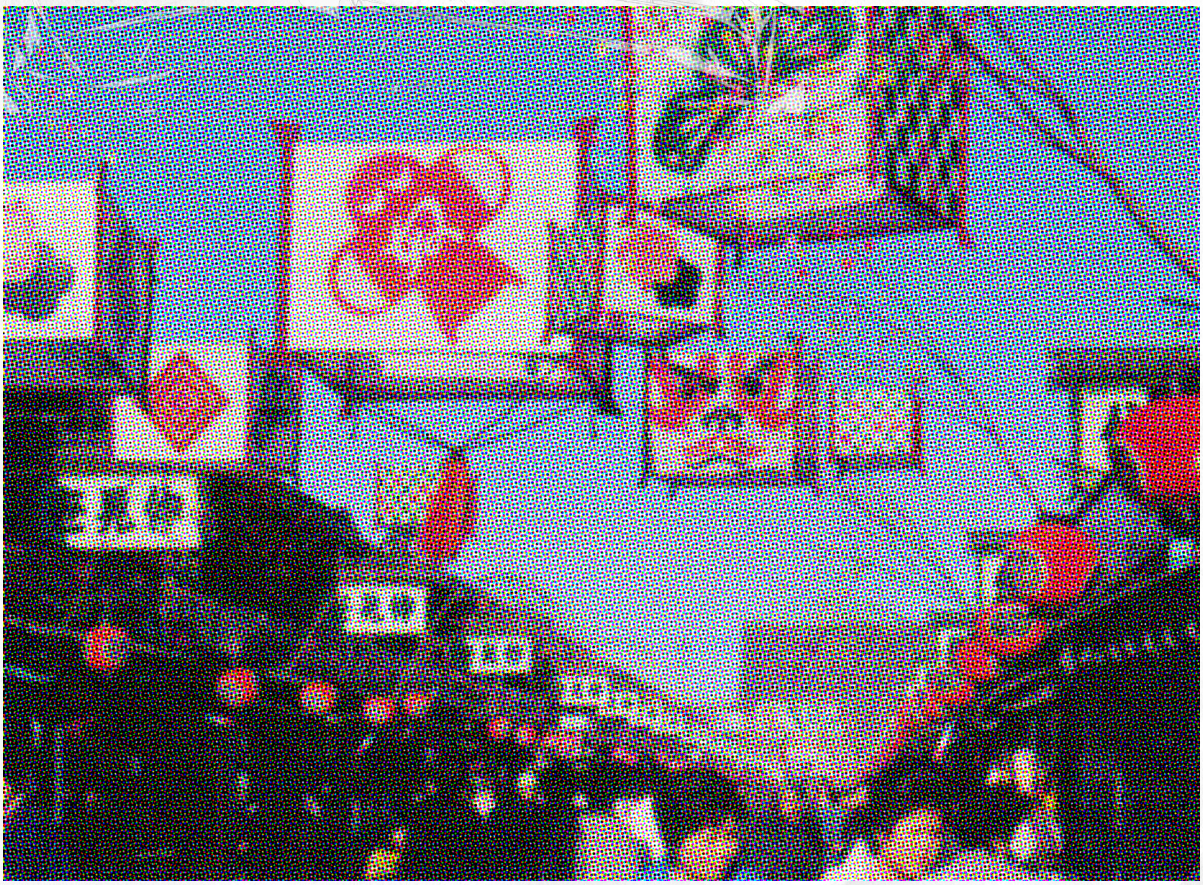
— Jana Katzenberg

Hasta el final de la II Guerra Mundial, Harajuku sólo era relevante la mayoría del tiempo para los residentes. Después de que Tokyo fuese nombrada sede de los Juegos Olímpicos en 1964, los terrenos del Parque Yoyogi fueron devueltos por los estadounidenses a Japón, construyendo allí un nuevo estadio para los atletas. La atención mediática contribuyó a que la zona adquiriera notoriedad y se convirtiera en el **primer punto de contacto** para muchos japoneses con la cultura y el **estilo de vida occidentales.**

Tras las Olimpiadas, la juventud acomodada de Tokyo se sintió atraída por Harajuku: a partir de 1965, el amplio bulevar Omotesandō ofrecía las condiciones perfectas para carreras nocturnas. Durante el día, podían lucir sus deportivos importados, pasear por la avenida y reunirse en las cafeterías. Los medios de comunicación cubrieron este nuevo movimiento juvenil, bautizado Harajuku-zoku.

Incluso en el contexto de esta evolución, la internacionalización tuvo claras influencias: los lugares creados para un público extranjero eran frecuentados por jóvenes adinerados en busca de un estilo de vida asociado con lo internacional.

Postal japonesa 1965, escáner de Larry Sylverson.



Postal japonesa 1965, escáner de Larry Sylverson.

Postal japonesa 1965, escáner de Larry Sylverson.

Los primeros titulares de nuevas profesiones en katakana que transponían al japonés los títulos laborales de moda en lengua inglesa –diseñadores, modelos, talentos– también mostraron interés por Harajuku y empezaron a instalarse. Estos creativos, que posteriormente se convirtieron en el núcleo del distrito de la moda, supieron crear un estilo de vida distintivo. Su pequeño grupo se convirtió en una **vanguardia,** costosos viajes al extranjero les dieron la oportunidad de reunir conocimientos y contactos internacionales sobre moda. A su regreso, utilizaron estos recursos para ofrecer a su creciente público en Japón una visión de Londres o París. El punto central de reunión fueron los **Apartamentos Centrales.**

La estilista Yasuko Takahashi atribuye a lo que en realidad era un "edificio mundano", el haber sido clave como lugar de encuentro para muchos creativos. En la planta baja, además de cafeterías y restaurantes, Mademoiselle Nonnon, una de las 1eras boutiques japonesas, ofrecía una amplia gama de productos. Poco después, le siguió MILK, de Hitomi Ôgawa. Ambas tenían un pequeño escaparate y eran muy estrechas. Poco a poco se fue formando una **"sensación Harajuku"**, con un modelo de negocio concreto: alquilaban habitaciones en las callejuelas del barrio, montaban su taller y comenzaban a trabajar. Al ser confundidos con marcas extranjeras, las colecciones se vendían al por mayor.

Apartamentos Centrales, fotografía de Red Shadow.

La espontaneidad y experimentación con las manualidades (**DIY**) resultaría decisiva para que la zona empezara a convertirse en un **centro de moda juvenil.** A diferencia de Shibuya o Shinjuku, aquí todo procedía de una sola fuente, y los ateliers y las tiendas minoristas fueron capaces de formarse su reputación.

Una de las representantes de esta experimentación con el DIY fue Hitomi Ôgawa, fundadora de MILK junto a sus hermanos: querían expresar sus ideas. Los **hippies,** la **psicodelia** y el **glam rock** les habían mostrado el "camino". La localización también estaba clara desde el principio: Harajuku apenas tenía tiendas de moda en la época, pero era chic, como sus habitantes, e irradiaba un **"extraño poder".** Sus creaciones se inspiraban en las calles de París y Londres y cosía todo lo que quería llevar. Cita el **punk** como ejemplo de ello: durante su visita a Londres, cortó una chaqueta Tweed para unirla con imperdibles, y se aseguró de ganarse como contacto a **Vivienne Westwood.** De vuelta a casa, esta experiencia se convirtió en uno de los pilares de sus diseños. El grupo de creativos de Harajuku, relativamente pequeño y unido, se inspiró mutuamente, compartían sus experiencias en el extranjero y sus contactos. Esto dio lugar, por ejemplo, a una larga colaboración entre **David Bowie** y el diseñador Kansai Yamamoto. Estos jóvenes creativos encontraron un altavoz en nuevas revistas de moda como an an (ahora Magazine House) y, posteriormente, un público: la generación del baby boom alcanzó la mayoría de edad y se trasladó a las grandes ciudades para estudiar o trabajar y adquirir un nivel de vida cada vez más alto. Tokyo se convirtió en una ciudad joven que acogió numerosas nuevas culturas juveniles, siempre en busca de nuevas identidades e inspiraciones.

Fotografía de Archivo de Vivienne Westwood.

Siglo 21

— Gumi Arias Fernández

Actualmente, Harajuku es una de las **mecas de la moda de Tokyo** y uno de los centros de la moda callejera y las subculturas. Lleno de tiendas de moda y complementos, puestos de comida callejera, idol shops y pequeños restaurantes, ofrece de todo a residentes y visitantes.

Es un barrio que no sólo ha vivido y hecho mucha historia, si no que la sigue haciendo. Es ampliamente conocido que la sociedad japonesa se caracteriza por buscar **homogeneidad,** discreción y uniformidad, desde sus costumbres sociales hasta su forma de vestir; debido a esto, sobresalir por tener un estilo personal no solo representa una **forma de expresión,** sino también un medio para retar al esquema social.

Los jóvenes de Harajuku, en las últimas décadas, se han encargado de convertir su capital en un terreno fértil para la **experimentación** y **originalidad,** resaltando su fuerte sentido del individualismo y creando el **harajuku style.**

Pasear por sus calles implica no sólo observar las modas actuales, si no también las que están por venir; de hecho, no es de extrañar que muchas de las tendencias que ahora mismo se siguen en Harajuku, lleguen al cabo de un año o varios a Occidente. Aunque hayan pasado los años, los jóvenes más creativos se siguen reuniendo para expresar y compartir su arte y moda. Siguen confeccionando ropa ellos mismos, aunque cada vez más tiendas se especializan en crearla.

Fotografía de Bumbimpensinee, iStock.

Fotografía de Rudimencial, iStock.

STY

FAIRY KEI

El ***Fairy Kei*** es un estilo basado en lo kawaii y lo pastel, inspirado en la moda pop de los 80s. Utiliza especialmente iconos de esta misma cultura, como My Little Pony, Los Osos Amorosos, Barbie, etc. Se enfoca en un look vintage, fantasioso y adorable, sin reglas específicas, más allá del uso obligatorio de colores pasteles, dejando totalmente de lado los colores brillantes y oscuros.

Gyaru

El ***Gyaru*** se conoce por sus conjuntos rebeldes y por ir en contra de los estándares de belleza japoneses. Por lo general, las y los gyaru visten de manera un poco más sexy y rebeladora, aunque también pueden seguir cualquier otro estilo. Su pelo suele ser rizado, largo y pomposo. Suelen llevar siempre maquillaje, pestañas postizas, lentillas, bronceador, y destaca mucho el uso de pintalabios y sombra de ojos. Suelen llevar las uñas largas y coloridas, además de zapatos de plataformas.

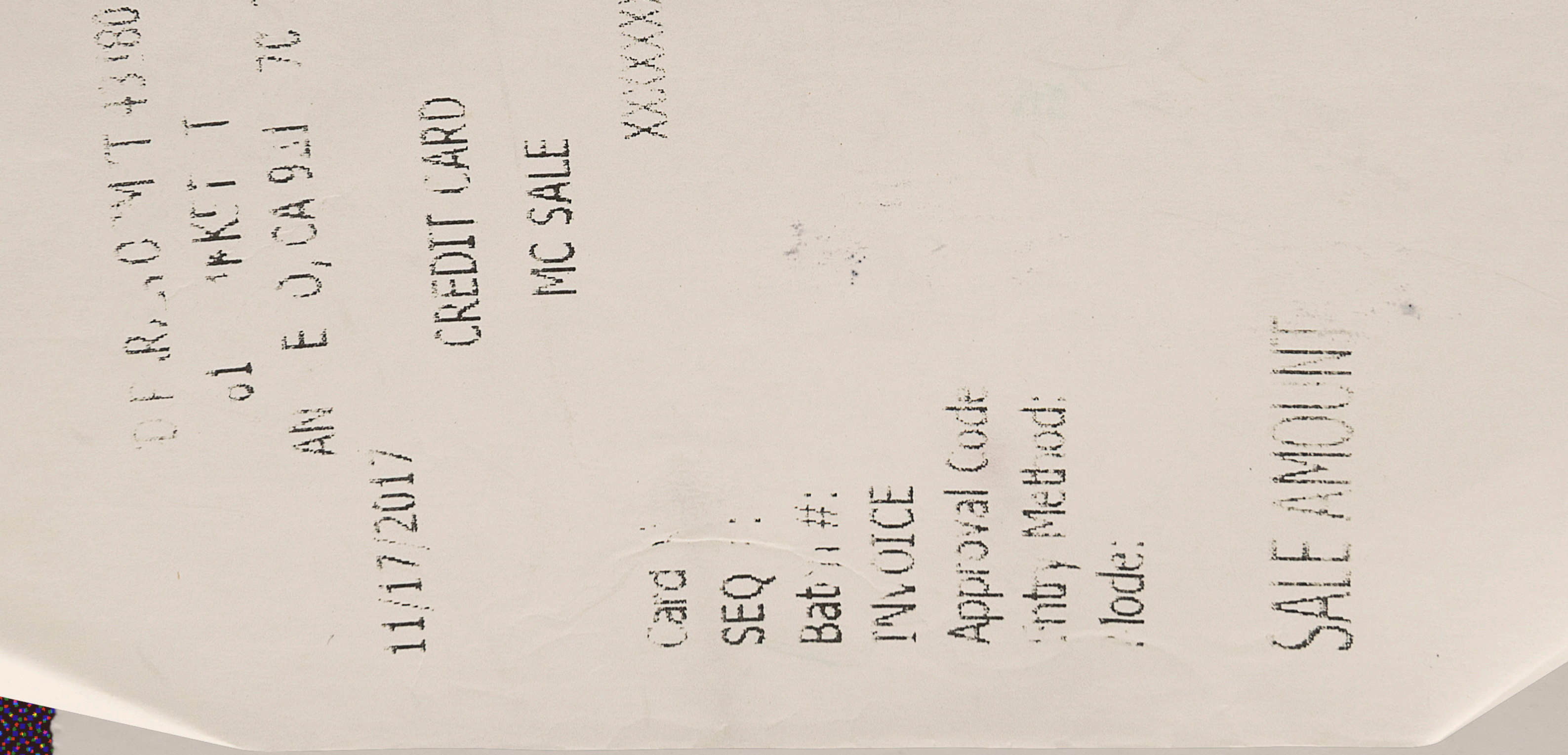
LOLIS

VISUAL KEI

El ***Visual Kei*** comúnmente presenta looks andróginos de colores oscuros (negro, gris, rojo, azul). Al ser un estilo influenciado por las bandas de rock y metal japonesas, suele fluir bastante. Algunos de sus elementos más comúnes son las cadenas, brazaletes y plataformas. Los maquillajes se centran en darle protagonismo a los ojos.

DECORA

El ***Decora*** se caracteriza por el uso de colores brillantes y la acumulación de accesorios. Es un estilo juguetón e infantil en el que el uso de los esquemas cromáticos es crucial, sobre todo los colores neones y pasteles, por sí solos o en arcoíris. La silueta general del conjunto no suele importar tanto como los elementos y la temática, pero la mayoría está inspirada en la estética de los dibujos animados de los 80s, con personajes como Pokémon, Hello Kitty, Los Osos Amorosos o Los Pitufos. Es un estilo muy ecléctico en el que la primera regla es usar tantos accesorios como sea posible. El maquillaje, por lo mismo, suele ser bastante minimalista.



Especial

del mes

CUSTOMER COPY
LOLITA
WE TRUST

Lolita

Angelic Pretty, fotografía de Christian Kadluba.

— Terasa Younker

Si uno entra al sótano del centro comercial Laforet en Harajuku, Tokyo, se encontrará con una **criatura de la moda muy curiosa,** casi exclusiva en Japón: una mujer adulta, normalmente en su adolescencia tardía o sus 20s, vestida como una **muñeca.** De hecho, la primera tienda en la que uno entra, ***Angelic Pretty,*** se parece mucho a la casa de muñecas con la que soñaría cualquier niña pequeña. Las paredes, además de ser rosa, están decoradas con juegos de té, galletas, y ositos. La dependienta está vestida con una falda rosa y larga decorada con pajaritos y conejitos, con un lazo gigante y calcetines por debajo de la rodilla, del mismo patrón. Sus pies están calzados con unas *Mary Janes* moradas de cuero sintético, su pelo rubio teñido está rizado y peinado, y junto a su complexión blanca como la leche y sus largas uñas decoradas con figuritas, parece que podría ser vendida como la edición especial de **cuentos de hadas de una princesita.**

Si pasamos a la oscura ***Atelier Pierrot*** encontraremos un reino de fantasía ligeramente distinto. Las paredes y el probador están cubiertas de terciopelo rojo y la pared trasera expuesta está cubierta con estrellas doradas. La ropa que cubre las paredes es decididamente apagada. La dependienta de esta tienda podría haber salido perfectamente de un retrato de la **época Victoriana,** vestida con una falda negra a la altura de la rodilla, con un patrón rosa pastel. Un lazo adorna su delgada cintura. En sus hombros, una camisa con mangas encogidas color crema, con bordes de encaje feur-delis. Bajo su mullido *petticoat* de tul lleva medias de encaje con estampado de flores y calza botas negras atadas con una cinta rosa. Su pelo rizado en suaves ondas y una pequeña rosa la adornan.

Aunque las mujeres (y a veces los hombres) de Laforet son ligeramente diferentes, todos comparten elementos básicos en su aspecto: pelo largo y rizado, vestidos con volantes, delicados tocados o capotas elaboradas, calcetines hasta la rodilla, zapatos *Mary Janes,* blusas de cuello redondo y enaguas de tul. Esta moda de fantasía se llama **Lolita,** y se ha convertido en una una subcultura en Japón. No hay que confundirla con la novela homónima de Vladimir Nabokov, Lolita se refiere a la práctica de mujeres adultas que visten con excesivos volantes **inspirados en muñecas, princesas o doncellas.** Y como la monería en Japón, el Lolita impregna todos los aspectos de la apariencia de una Lolita y, hasta cierto punto, su vida.

Aunque las mujeres (y a veces los hombres) de Laforet son ligeramente diferentes, todos comparten elementos básicos en su aspecto: pelo largo y rizado, vestidos con volantes, delicados tocados o capotas elaboradas, calcetines hasta la rodilla, zapatos *Mary Janes,* blusas de cuello redondo y enaguas de tul. Esta moda de fantasía se llama **Lolita,** y se ha convertido en una una subcultura en Japón. No hay que confundirla con la novela homónima de Vladimir Nabokov, Lolita se refiere a la práctica de mujeres adultas que visten con excesivos volantes **inspirados en muñecas, princesas o doncellas.** Y como la monería en Japón, el Lolita impregna todos los aspectos de la apariencia de una Lolita y, hasta cierto punto, su vida.

El género Lolita se ha fragmentado en varios subgéneros principales. El *Sweet Lolita* es la sacarina, es el imaginario infantil rosado, encarnado por marcas como ***Angelic Pretty.*** El *Classic Lolita* es la estética elegante inspirada en las damas del siglo XIX, encarnada por marcas como ***Victorian Maiden.*** El *Goth Lolita* se caracteriza por faldas más largas, corsés, colores oscuros y símbolos góticos, en marcas como ***Moi-même-Moitié.*** El *Pirate Lolita* lleva botas de cuero, blusas campesinas, sombreros chillones y joyas españolas, un estilo representado por marcas como ***Alice and the Pirates.*** El *Grotesque Lolita,* con chicas heridas en batas de hospital y vendajes, está representado por marcas como ***Blah Blah Hospital.*** Y esto es sólo una muestra de la amplia gama de estilos de Lolita.

Atelier Pierrot, fotografía oficial.

Kawaii

— Terasa Younker

¿Cómo surgió una moda tan extraordinaria? No hay otro país en el mundo que haya creado una industria tan grande que vista a las mujeres adultas como muñecas. ¿Por qué el Lolita ganó tanta popularidad en Japón y a qué se deben sus características únicas?

La moda Lolita tiene una historia sorprendentemente larga. A pesar de los cambios que se han producido desde su primera aparición a finales de los 70, algunos elementos permanecen intactos: la ropa debe inspirarse en una época y un lugar que no sean el Japón moderno, debe ser de **alta calidad** y debe resaltar la **inocencia,** la **vulnerabilidad,** la **dulzura** o, en otras palabras, la **monada** de quien la lleva. Una cosa se puede decir con certeza: si no es mono, no es Lolita. Por lo tanto, empezaremos nuestra incursión en el país de las maravillas del Lolita partiendo de **la monada.**

Digan lo que digan sobre la cortesía y el bushido, lo "**mono**" se ha convertido en el nuevo sinónimo de la cultura japonesa. Bájese del avión y entre en el aeropuerto de Narita, y la monada le llamará a gritos: comida mona, teléfonos móviles monos, llaveros monos, personajes monos que le dicen que no fume en las zonas públicas, papel higiénico mono, máquinas tragaperras monas... hasta lo más increíblemente vulgar o mundano se adorna con un alegre barniz rosa.

Tienda La Pafait, fotografía de Tokyo Fashion.

Los occidentales que visitan Japón se sorprenden a menudo al ver cómo la monada, ya sea de buen o mal gusto, parece haberse colado en **todos los aspectos de la vida japonesa,** incluso en los más siniestros o desagradables. ¿Condones de Hello Kitty? Sí, existen. Muchos occidentales se sienten incómodos con la **extrema monería** de Japón. Esto está especialmente claro cuando los occidentales, especialmente las mujeres, se encuentran con las Lolita, que no sólo consumen lo mono, sino que se **transforman a sí mismas en un símbolo viviente de lo mono.**

Traducido como "adorable", **kawaii** se hizo inmensamente popular como palabra que describe lo **"infantil y delicado a la vez que bonito".** Sin embargo, kawaii está estrechamente relacionado con la palabra japonesa kawaisou (可哀相), que significa pobre, patético o lamentable. Responder positivamente a la ternura está en nuestros genes. Ver e interactuar con lo tierno hace que la gente se sienta bien.

Nuevas investigaciones sugieren que **las imágenes tiernas estimulan los mismos centros de placer del cerebro que el sexo,** una buena comida o drogas psicoactivas como la cocaína. Sin embargo, el consumo de monadas tiene un aspecto muy sádico. Al igual que el sexo, la cocaína o la comida, puede tener una tendencia adictiva. De hecho, la monada está estrechamente asociada a lo grotesco. Rodearnos de objetos indefensos y patéticos nos da una sensación de empoderamiento. En ***"The Cuteness of the Avant-Garde",*** Ngai Sianne escribe: "En su exagerada pasividad y vulnerabilidad, el objeto mono está tan destinado a excitar los deseos sádicos de dominio y control del consumidor como su deseo de mimos". El lado sádico de lo mono puede verse claramente en el subgénero *Grotesque Lolita.* Tanto si induce un sentimiento de protección maternal como si satisface nuestro deseo de dominación, **lo mono nos hace sentir bien.**

Santa Monica Crepes, fotografía de Caroline Roose.

RECHAZO

— Terasa Younker

A diferencia de lo que ocurre en gran parte de Occidente, donde la edad adulta se considera un periodo de libertad, en Japón muchos jóvenes la ven como un **periodo sombrío de pesadas cargas.** Según Sharon Kinsella, doctorada en la cultura audiovisual japonesa, la mayoría de los adolescentes japoneses esperan que su vida adulta sea un **periodo de libertad restringida** y lleno de responsabilidades ante la familia, la empresa y las obligaciones sociales. El tipo de ternura extrema que se expresa en el Lolita no es simplemente un anestesiante a la vida adulta japonesa, especialmente dura para las mujeres. Aunque es posible que las semillas del consumo de lo mono se plantaran en la posguerra, la cultura kawaii japonesa surgió a finales de los sesenta y principios de los setenta, y alcanzó su punto álgido en los ochenta. Además de una forma de autoconsolación, también actuó como una **rebelión** (aunque bastante indirecta, débil y cobarde) contra el orden y los valores establecidos. En lugar de desafiar al "hombre" mediante formas airadas y sexualmente cargadas como el punk y el rock, favoritas de la juventud occidental, la **cultura dominante japonesa simplemente se negó a crecer**. En lugar de luchar contra la comercialización y forzar el cambio social, la **cultura kawaii** la consintió, encontrando consuelo y compañía en el consumo. Sharon Kinsella afirma: "Las asociaciones contemporáneas de desafección social o rebelión social con el infantilismo comenzaron durante el movimiento estudiantil de finales de los sesenta".

La ***Sweet Lolita*** es un destacado símbolo de rebeldía. Al adoptar la apariencia y la actitud de una **niña,** es capaz de crearse un personaje imaginario en el que está **libre de las presiones de la vida adulta.** La dedicada ***Sweet Lolita*** no sólo viste la ropa de un niño, sino que habla con voz nasal y aguda, adopta una postura infantil y lleva juguetes de niño. No sólo se rodea de cosas monas y reconfortantes para sentirse mejor consigo misma, sino que **encarna personalmente la monada.** Al presentarse como débil, inocente y vulnerable, envía un mensaje claro sobre su incapacidad o rechazo a aceptar roles adultos. A primera vista, el personaje de Lolita puede parecer la típica niña mimada, pedante y estúpida pero guapa que tanto preocupa

a las feministas. Sin embargo, en comparación con el modelo tradicional japonés de la mujer como hija, esposa y madre sirvientes y sufridas, la estética egoísta y descarada del Lolita resulta **sorprendentemente subversiva.**

No debería de sorprender entonces que la mayoría de los adultos odien el estilo Lolita. En una encuesta realizada en 1994 por la revista ***SPA!,*** el Lolita ocupó el primer puesto como la tendencia de moda juvenil más rechazada, superando a los pantalones bajos, las joyas costosas y las faldas masculinas. Al actuar de forma egoísta e infantil, la Lolita **contradice todos los valores "tradicionales" japoneses:** autodisciplina, responsabilidad, autosacrificio y trabajo duro. Es como si dijese: **"Soy una mocosa malcriada e inmadura, y me gusta serlo".**

Personalmente, me sorprendió la rebeldía de muchas de las Lolitas que conocí. Como ya he mencionado, cuando preguntaba a los fans del Lolita por qué les gustaba, la respuesta era siempre la misma: **porque es mono.** Sin embargo, esto no bastaba para explicar la dedicación a un nivel de estilo de vida. Conocí a muchas chicas que expresaban su deseo de llevar ropa Lolita, pero no podían porque sus padres no se lo permitían. La mayoría de las chicas que trabajaban en una empresa Lolita o vestían a diario no eran en absoluto cobardes, y eran **muy conscientes de la naturaleza subversiva de su aspecto.** Las chicas estaban a menudo sometidas a una presión excesiva por parte de sus padres y la sociedad, y encontraron en el Lolita una forma de resistirse. En una coincidencia fascinante, los seis miembros del personal del Kyoto Baby, incluyéndome a mí, eran hijos mayores cuyos padres habían depositado **grandes esperanzas en su futuro.** A excepción de mí, todas procedían de familias trabajadoras que soñaban con que ellas ascendieran, **pero tenían otras ideas.**

SUB

Steampunk

El ***Steampunk Lolita*** es un subestilo que combina los elementos clásicos del Steampunk occidental, con elementos del siglo XVII, con la moda tradicional Lolita. Las paletas de color suelen ser de tonos tierra y crema, con accesorios de cuero y estampados de engranajes.

Gothic

El ***Gothic Lolita*** es el más oscuro de todos, tanto en paleta de colores como en temática. Puede ser un poco más clásico, siguiendo temas más maduros e históricos, o más dulce, con más estampados y volantes. Todos los conjuntos son muy oscuros, siendo el negro el más común, destacando de vez en cuando detalles en rojo oscuro, morado, y ocasionalmente blanco.

STYLES

SWEET

El ***Sweet Lolita*** es uno de los subestilos más tradicionales y comúnes dentro del Lolita, pero contiene además un par de temas principales. La mayoría de conjuntos son en colores pastel o suaves (rosas, azules, morados y amarillos); los estampados son muy populares, sobre todo los de imágenes adorables (animales, estrellas, corazones y dulces); además del uso de gorros, lazos e incluso orejitas de animales.

classic

El ***Classic Lolita*** es un subgénero mucho más maduro y moderado que el Lolita tradicional. Puede rozar lo dulce o lo gótico, pero la mayoría de las veces presenta colores apagados u oscuros, sobre todo blancos y cremas; con estampados más simples. Es el más inspirado en la moda Victoriana y Rococó, y suele presentar faldas más largas que el resto.

¿REGLAS?

— Gumi Arias Fernández

La moda Lolita, a pesar de tener sus propias subculturase s una de las modas japonesas más estrictas, ya que tiene una serie de **normas** o condiciones para que cada uno de estos subestilos se considere Lolita:

Casi todos los conjuntos requieren un **petticoat.** El petticoat, enagua o tontillo es un tipo de prenda interior que se utiliza debajo de faldas y vestidos y proporciona cierto volumen en la parte inferior, creando una silueta elegante y pomposa. A excepción de subgéneros como el ***Old School*** o el ***Ero,*** que no siempre requieren este tipo de figura, es un básico en el armario de toda Lolita.

Los outfits Lolita requieren a menudo muchas prendas de ropa para encajar en la definición, algunas de estas son **piezas básicas,** un OP (One-Piece, vestido con mangas), un JSK (Jumperskirt, vestido de tirantes) o una falda, una blusa, sombreros, petticoat y pantalones bombachos, y calzas como calcetines, medias y zapatos. Estos artículos no suelen ser tan necesarios como el petticoat, pero siguen siendo necesarios en gran parte de la comunidad.

Aunque no se considera una regla, el **esquema de colores** y las **temáticas** son importantes dentro de esta moda. Muchas prendas suelen tener una temática que representan, y es importante usarlas consistentemente para crear un conjunto. En algunos círculos no es importante del todo que los colores coincidan exactamente, mientras que en otros es algo casi obligatorio. De todos modos, es algo que depende de sus subestilos, aunque los colores más populares son el blanco, negro, beige, rosa y azul.

Siguiendo con la ropa, la **longitud y cobertura de la falda** es importante, las piernas casi siempre requieren algún tipo de accesorio, medias o calcetines, por encima o debajo de la rodilla. En la mayoría de los casos, las faldas y vestidos tienen una pulgada más o menos por encima de la rodilla. Sin embargo, no es una norma estricta, ya que en los últimos años cientos de marcas han ido lanzando muchas prendas hasta la mitad del muslo.

Respecto a los zapatos, los más usados son las **Mary Janes.** La mayoría de tacones son bajos. Rara vez se encuentran tacones estileto, sandalias o zapatos abiertos.

Los **accesorios** cobran una importancia increíble, algunos subgéneros incluso se apoyan únicamente en ellos. Los lazos en la cabeza y las muñequeras son bastante comúnes. La joyería es crucial, muchos conjuntos no se consideran completos sin al menos un par de joyas, cuyo estilo difiere.

En cuanto al **peinado** y el **maquillaje,** varían entre subestilos. Mayoritariamente, suelen ser naturales. Las pelucas suelen ser más populares, pero no se requieren. El peinado más común es el rizado o curvado, sobre todo con flequillo. Algunos peinados a destacar son el Hime, las coletas a los lados y las pelucas de colores pastel.
Volviendo al **maquillaje,** los subgéneros cómo el ***Gothic*** y el ***Ero Lolita*** suelen llevar maquillajes mucho más pesados y oscuros de lo que se considera aceptable. Para estilos mucho más cargados, se admiten maquillajes más pesados; mientras que en estilos como el ***Sweet*** o el ***Decora,*** es más común el uso de pegatinas, brillantes y otros objetos pegados en la cara.

MAQUILLAJE NATURAL

PETTI COAT

CALCETINES

MARY JANES

COLOR Y TEMA

¿Cómo?

— Gumi Arias Fernández

Empezar de manera reciente en la moda Lolita puede resultar difícil, a pesar de que uno puede conocer las **reglas básicas** de qué constituyen y hacen que un conjunto sea Lolita, uno muchas veces no sabe por dónde empezar y qué buscar, y como puede resultar bastante cara, puede ser difícil saber qué prendas comprar primero. Esta guía te dará consejos para evitar errores de principiante.

¿Qué precios te deberías esperar?
Como ya he dicho, el Lolita puede ser una **moda muy cara.** Dependiendo de si prefieres ropa de marca o no, las primeras prendas que compres pueden ser importantes. Una blusa sencilla de marca suele costar unos ¥15.000 (135€), un vestido unos ¥26.000 (234€) y un par de medias ¥3.000 (27€). Las marcas que venden ***Classic Lolita*** son casi siempre más caras, un vestido puede costar hasta ¥29.000 (261€). Todo esto hace que un conjunto completo pueda salir muy caro.
La ropa que no es de marca es, además de más barata, de peor calidad en la mayoría de los casos. Una opción popular es ***Loligals,*** que tiene una gran cantidad de rebajas y prendas de calidad decente. Puedes conseguir una blusa por unos 22€ y un vestido por unos 70€. Tiendas españolas, como ***Fashion Monster House*** también son muy populares y económicas. Otra posibilidad es ***comprar de segunda mano*** o ***coser tu propia ropa,*** con la ayuda de patrones que puedes encontrar en numerosos blogs y revistas.

OP de Alice Girl.

Zapatos de Lolita Show.

¿Cuál debería ser tu primera prenda? Si no estás segura de si te gustará o no este estilo, comprar un conjunto completo de una marca blanca puede ser una opción. Si optas por una marca superior, lo mejor es empezar por **lo más básico,** y el a menudo olvidado petticoat. Sin la falda acampanada, las faldas y los vestidos carecerán de esa silueta Lolita. Una buena segunda compra es una falda o un OP (One-Piece), y un par de calcetines o medias. La clave es ir incorporando elementos a tus conjuntos cotidianos poco a poco.

¿Qué estilo deberías elegir? Muchas Lolitas saben desde el principio cuál es su estilo, mientras que otras prefieren experimentar. Los estilos más ***Sweet*** suelen gustar a las Lolitas más jóvenes, mientras que el ***Classic*** y el ***Gothic*** resultan más naturales para las mayores. Dependiendo del grado de atención que prefieras por parte del público, deberás considerar también tu elección. Algunos subestilos como el ***Sweet*** y algunos más extraños como el ***Guro, Wa, Sailor*** o ***Country*** son los que miradas se llevan, mientras que el ***Casual, Gothic*** y ***Punk*** se camuflan mejor.

JSK de Alice Girl.

Calcetines de Baby, the Stars Shine Bright.

Falda de Fashion Monster House.

Petticoat de Bodyline Tokyo.

Mary Janes de Lolita Show.

ins

Sombrero de paja Usakumya de Baby, the Stars Shine Bright.

Sombrero de paja Usakumya de Baby, the Stars Shine Bright.

JSK El Mago de Oz de Baby, the Stars Shine Bright.

Set León Kumya de Baby, the Stars Shine Bright.

Puños de encaje de Baby, the Stars Shine Bright.

Calcetines de encaje de Baby, the Stars Shine Bright.

P.O

Sombrero de bruja Sweet Rose de Alice and the Pirates.

Capa negra de Alice and the Pirates.

JSK Vampire Nocturne de Alice and the Pirates

Botas con plataforma de Metamorphose Temps de Fille.

Bolsito de Pesadilla Antes de Navidad de h.Naoto x Disney.

Cárdigan de manga corta y cuello cuadrado de Metamorphose Temps de Fille.

JSK Freshly Picked Straberries (2021) de Angelic Pretty.

Zapatos con lazos de Angelic Pretty.

Medias con lacitos Lovely de Angelic Pretty.

Blusa de encaje de Metamorphose Temps de Fille.

JSK Hakama Dozing Cat de Metamorphose Temps de Fille.

Zapatos con plataforma de Metamorphose Temps de Fille.

CREDITOS

TEXTOS: Gumi Arias Fernández, Jana Katzenberg y Terasa Younker.

FOTOGRAFÍA: Larry Sylverson, Red Shadow, Bumbimpensinee, Rudimencial, TokyoFashion, Christian Kadluba, Caroline Roose, Joshuas Chun, Angelic Pretty, Methamorphosis Temps de Fille, Alice Girl, Lolita Show, Fashion Monsterhouse, Bodyline Tokyo, Baby the Stars Shine Bright, Alice and the Pirates y h.Naoto.

RECURSOS GRÁFICOS:
Hypesquad, graphicpear, Victor A, Mucho Bueno, Indieground, Mad Supply Co, textextp, BLAX ID, Hello Mocku y Resource Boy.

TIPOGRAFÍAS: Microsoft YaHei, Bakso Sapi, Chivo, Coolvetica, Crunchy, Irish Uncialfabeta, Penakut, Shillow, Thickerbit, Daydream y Abigate Desgo.

SALTA!

SALTA!

GLOBESCOPE.MEDIA

15,99$

9 781427 803474

Vol. 5 / Diciembre 2023 / www.globescope.media.es